Deutscher Bundestag
13. Wahlperiode

Drucksache 13/6632

23. 12. 96

Unterrichtung

durch die Bundesregierung

Zweiter Bericht der Bundesregierung zum Filmförderungsgesetz

Im Anschluß an den Bericht zum Filmförderungsgesetz (FFG) vom 7. Juni 1995 (Drucksache 13/1666) und an die Entschließung des Deutschen Bundestages vom 13. Oktober 1995 (Drucksache 13/2647) sowie an die mündliche Unterrichtung des Ausschusses für Wirtschaft am 26. Juni 1996 berichte ich für die Bundesregierung wie folgt über das Ergebnis der Verhandlungen mit den privaten Fernsehanbietern, den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und der Videowirtschaft.

I. Die aktuelle Lage der Film-, Video- und Fernsehwirtschaft

Dem Bericht soll – im Anschluß an den Bericht in Drucksache 13/1666 – ein kurzer Überblick über die Entwicklung der deutschen Film-, Video- und Fernsehwirtschaft seit Mitte 1995 vorangestellt werden.

1. Filmwirtschaft

   Das Publikumsinteresse am Film ist im Jahr 1996 erfreulich gestiegen.

   Die Filmtheater hatten per 30. September 1996 einen Zuwachs an Besuchern von ca. 15% gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum.

   Kinobesucher in Mio.

	1993	1994	1995	30. September 1995	30. September 1996
bundesweiter Besuch	130,5	132,8	124,5	86,17	97,95
davon Besucher von deutschen Filmen	10,5	13,3	10,9	7,5	17,5

Besonders erfreulich: Der deutsche Film hatte ein hervorragendes Jahr und kommt wieder beim Publikum an. Bis zum 30. September 1996 hat der deutsche Film einen Marktanteil von mehr als 18% (gerechnet auf Besucherbasis) erreicht; wesentlich mehr Zuschauer als im gesamten Jahre 1995 haben den deutschen Film besucht.

Besonders erfolgreich waren z. B. folgende Filme:

Filmtitel	Besucher bis 30. September 1996
Werner II – Das muß kesseln	4 906 933
Männerpension	3 295 431
Das Superweib	2 336 090

Positiv hat sich auch die erstmals durchgeführte Branchen-Kampagne „Sommerhit Kino" entwikkelt, die in den ansonsten traditionell schwachen Monaten Juli und August zu einer erheblichen Besuchersteigerung gegenüber dem Vorjahr geführt hat (im Juli plus 56%).

Vielleicht ist diese Entwicklung ein Ausdruck für den Erfolg der stärker an der Zuschauerakzeptanz ausgerichteten Filmförderungspolitik des Bundes und der Länder und entsprechender Bemühungen der Regisseure und Produzenten. Dies verdeutlicht die nachfolgende Tabelle, die zeigt, daß die Filmförderungsanstalt (FFA) bei den drei besucherstärksten deutschen Filmen mit Förderungen mit einem Betrag von über 7 Mio. DM beteiligt war.

Zugeleitet mit Schreiben des Bundesministeriums für Wirtschaft vom 18. Dezember 1996 gemäß Beschluß des Deutschen Bundestages vom 13. Oktober 1995 – Drucksache 13/2647.

Filmtitel	Förderung durch FFA	Besucher
Werner II – Das muß kesseln	Projekt-, Referenz- und Absatzförderung: 5,1 Mio. DM	5 Mio.
Männer-pension	Referenz- und Absatzförderung: 1,2 Mio. DM	3,3 Mio.
Das Superweib	Projekt- und Referenzförderung: 1,3 Mio. DM	2,3 Mio.
insgesamt	7 600 000 DM	10,6 Mio.

Die Zahl der ur- und erstaufgeführten deutschen Filme ist leicht gestiegen, bewegt sich aber seit Jahren auf einem eher konstanten Niveau. Beachtlich ist dabei die Zunahme der Koproduktionen.

Hier macht sich auch der positive Einfluß der Förderung durch den Europäischen Fonds zur Unterstützung der Gemeinschaftsproduktionen (EURIMAGES) im Rahmen des Europarates bemerkbar: gegenüber den Vorjahren sind im Zeitraum 1995 bis 1996 rund 60 Filme mit deutscher Beteiligung (majoritär und minoritär) gefördert worden, wodurch Deutschland erstmals nicht mehr Nettozahler war.

Zahl der ur- und erstaufgeführten deutschen Filme:

Jahr	insgesamt	davon Koproduktionen
1991	72	19
1992	63	10
1993	67	17
1994	60	14
1995	63	26

Die Zahl der Filmtheater (Leinwände) stieg im November 1996 auf die beachtliche Zahl von 4 000 (1995: 3 901). Besonders stark war die Zunahme in Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern und Bayern. Auch der Boom der neuen Multiplexe ist ungebrochen. Diese Einrichtungen, die unter ihrem Dach eine Vielzahl von Kino-Sälen mit Restaurants, Bars und Kneipen beherbergen, konnten sowohl ihre Besucherzahlen als auch ihre Umsätze auf neue Spitzenwerte steigern. Die Multiplex-Häuser erreichten 1995 mit 13,7 Millionen Besuchern mehr als 10 % Marktanteil am gesamten Besucheraufkommen. Wenngleich erste Untersuchungen zeigen, daß im Umfeld von Multiplex-Kinos die traditionellen Häuser mit Einbußen zu rechnen haben, ziehen sie doch insgesamt mehr Kinogänger an.

2. Entwicklung der Videowirtschaft

Auch die Videowirtschaft blickt auf ein erfolgreiches Jahr 1995 zurück. Fast 1,8 Mrd. DM ließen die Bundesbürger 1995 für Videoprogramme in den Kassen des Handels (1994: 1,67 Mrd. DM). Zu diesem Erfolg trug einmal mehr das Kaufvideo-Geschäft bei, das nunmehr bereits die Milliarden-Umsatzgrenze überschritten hat. Auch der Video-Vermietmarkt zeigte eine deutliche Stabilisierung und konnte mit 740 Mio. DM Umsatz gegenüber dem Vorjahr (720 Mio. DM) sogar zulegen.

(Quelle: Bericht BVV 1995)

3. Die Entwicklung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und privaten Fernsehveranstalter

3.1 Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten

Das Fernsehgebührenaufkommen (ohne Hörfunk) der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist weiter leicht gestiegen und entwickelte sich wie folgt:

Fernsehgebührenaufkommen (ohne Hörfunk)

1991	3 621 Mio. DM
1992	5 123 Mio. DM
1993	5 366 Mio. DM
1994	5 521 Mio. DM
1995	5 626 Mio. DM

Quelle: Gebühreneinzugszentrale (GEZ).

Die Marktanteile der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben sich nach einer Erholung im Jahre 1994 im Vergleich zum Vorjahr im Jahre 1995 tendentiell weiterhin zugunsten der privaten Fernsehveranstalter verschoben:

Marktanteile der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

1991	51,5 %
1992	42,9 %
1993	42,1 %
1994	43,2 %
1995	39,9 %

Quelle: Medienspiegel des Medieninstituts der deutschen Wirtschaft, Köln.

Hingegen entwickelte sich das Nettowerbeaufkommen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 1995 – nominal betrachtet – wieder positiver. Da die Werbeetats für im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und bei den privaten Fernsehveranstaltern gesendete Werbung jedoch noch stärker wuchsen, fielen die Anteile der öffentlich-

rechtlichen Rundfunkveranstalter am Werbemarkt, wenn auch nur geringfügig.

Nettowerbeaufkommen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

1991	1 684 Mio. DM
1992	1 296 Mio. DM
1993	815 Mio. DM
1994	589 Mio. DM
1995	647 Mio. DM

Quelle: „Werbung in Deutschland 1996", hrsg. vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft.

Anteile der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten am Werbemarkt

1992	30,0 %
1993	16,9 %
1994	10,4 %
1995	10,2 %

Quelle: „Werbung in Deutschland 1996", hrsg. vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft.

3.2 Private Fernsehveranstalter

Das duale System im Fernsehbereich zeigt sich weiterhin gefestigt, was Bewegung unter den privaten Fernsehveranstaltern jedoch nicht ausschließt.

Die Marktanteile der privaten Fernsehveranstalter entwickelten sich wie folgt:

Marktanteile der privaten Fernsehveranstalter

	1994	1995
RTL	17,5 %	17,6 %
SAT. 1	14,9 %	14,7 %
PRO 7	9,4 %	9,9 %
RTL 2	3,8 %	4,6 %
Kabelkanal/Kabel 1	2,0 %	2,6 %
VOX	2,0 %	2,6 %
DSF	1,2 %	1,3 %
NTV	0,3 %	0,3 %
ARTE	0,2 %	o. A.
EUROSPORT	1,2 %	1,2 %

Quelle: Medienspiegel des Medieninstituts der deutschen Wirtschaft, Köln.

Das Nettowerbeeinkommen der privaten Fernsehveranstalter betrug:

1991	2 021 Mio. DM
1992	3 031 Mio. DM
1993	4 012 Mio. DM
1994	5 041 Mio. DM
1995	5 695 Mio. DM

Quelle: „Werbung in Deutschland 1996", hrsg. vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft.

II. Das Ergebnis der Verhandlungen mit den privaten Fernsehanbietern, den Rundfunkanstalten und der Videowirtschaft

1. Private Fernsehanbieter

Nach langwierigen und auf verschiedenen Ebenen geführten Gesprächen zwischen dem Bundesminister für Wirtschaft Dr. Günter Rexrodt, Staatsminister Anton Pfeifer und der FFA mit den privaten Fernsehanbietern, die schon Anfang 1996 aufgenommen wurden, ist es am 3. Dezember 1996 gelungen, für die Restlaufzeit des FFG, d. h. bis zum 31. Dezember 1998, ein Abkommen zwischen der FFA, dem BMWi und den privaten Fernsehanbietern abzuschließen.

Die privaten Fernsehanbieter RTL Television, SAT. 1, PRO 7, Kabel 1, RTL2, VOX, Super RTL, TM 3, Premiere und DF1 verpflichten sich darin, für die restliche Laufzeit des FFG, d. h. bis zum 31. Dezember 1998, einen Gesamtbetrag von 30 Mio. DM an die FFA zu leisten. Mit diesem Abkommen bekennen sich die privaten Fernsehanbieter zu einer Förderung der Produktionswirtschaft in Deutschland und betonen ihr Interesse an der weltweiten Förderung des Kinofilms, an der Bereicherung der eigenen Programmgestaltung durch publikumsattraktive Kinofilme und an der Stabilisierung der europäischen Filmwirtschaft.

Die privaten Fernsehanbieter können von den Beträgen, zu deren Zahlung sie sich gegenüber der FFA verpflichtet haben, Leistungen an die Länderfilmförderungen in Bayern, Nordrhein-Westfalen, Berlin-Brandenburg und Hamburg in Höhe von 50 % in Anrechnung bringen, und zwar soweit, als diese Leistungen zu den Fälligkeitsdaten fest vereinbart sind. Eine rückwirkende Anrechnung ist nicht möglich. Zur Zeit können 8,75 Mio. DM in Anrechnung gebracht werden.

Diese Mittel werden grundsätzlich für die Projektförderung (einschließlich Drehbuch- und Entwicklungsförderung und Marketing) zur Verfügung gestellt und von einem dreiköpfigen Vergabeausschuß vergeben. Dieser Vergabeausschuß besteht aus einer von der Vergabekommission der FFA und einer von den privaten Fernsehanbietern gewählten Person und einer dritten Person, die von

den o. a. Vertretern gewählt wird und den Vorsitz führt.

Der Abkommenstext ist als Anlage beigefügt.

2. Der Beitrag der Videowirtschaft

Am 18. Januar 1996 führte der Bundesminister für Wirtschaft, Dr. Günter Rexrodt, ein Gespräch mit dem Vorstand des Bundesverbandes Video, an dem auch Vertreter des BMFSFJ teilnahmen.

Die Vertreter des Bundesverbandes Video legten die Entwicklung des Umsatzes (1,8 Mrd. DM 1995) der Videobranche dar.

Sie wiesen darauf hin, daß die Videowirtschaft vor allem Probleme habe mit der Formulierung des § 3 Abs. 1 Nr. 3 des Gesetzes über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften (GjS) „Verbot des Anbietens von indizierten Videoprogrammen im Wege gewerblicher Vermietung, ausgenommen in Ladengeschäften, die Kindern und Jugendlichen nicht zugänglich sind und von ihnen nicht eingesehen werden können" und mit der Fassung des Gesetzes zum Schutz der Jugend in der Öffentlichkeit (JÖSchG), wonach Kinofilme, obwohl sie der Freiwilligen Selbstkontrolle (FSK) vorgelegt worden seien, wenn sie mit der „Freigabe nicht unter 18 Jahren" versehen seien, nach § 7 Abs. 3 JÖSchG in Verbindung mit § 6 JÖSchG noch nachträglich als Videofilme indiziert werden könnten. Beide Vorschriften erschwerten die Gründung von Familienvideotheken und eine effiziente Vermarktung von bereits im Kino aufgeführten Spielfilmen.

Die Vertreter des BMFSFJ machten deutlich, daß die vorbezeichneten Jugendschutzvorschriften die Konsequenz aus der Tatsache darstellten, daß den Belangen des Jugendschutzes im Videobereich – anders als bei Vorführungen im Kino – nicht durch eine Alterskontrolle beim Einlaß Rechnung getragen werden könne.

Bundesminister Dr. Günter Rexrodt bot an, daß die Fragen des Jugendmedienschutzes in einer Arbeitsgruppe mit der Videowirtschaft aufgegriffen werden könnten. Er gab zugleich seiner Erwartung Ausdruck, daß die Videowirtschaft ihrer gesetzlichen Verpflichtung nach dem FFG zur Zahlung eines Beitrages an die FFA nachkomme, zumal nach der rechtskräftigen Entscheidung des OVG Berlin vom 17. Januar 1995 von der Verfassungsmäßigkeit des FFG a. F. auszugehen sei.

Die Vertreter des Bundesverbandes Video wiesen auf die Verfassungsbeschwerde eines Videoprogrammanbieters gegen das FFG vom 21. Dezember 1992 hin. Inzwischen hat der Beschwerdeführer in dem o. a. Verfahren des OVG Berlin gegen den Beschluß des BVerwG vom 20. Dezember 1995 (Zurückweisung der Nichtzulassungsbeschwerde) Verfassungsbeschwerde gegen das FFG a. F. erhoben. Die Bundesregierung hat mit Schriftsatz vom 5. September 1996 Zurückweisung der Verfassungsbeschwerde beantragt.

Das Verwaltungsgericht Berlin hat am 15. August 1996 in drei Urteilen die Videoabgabe nach dem FFG vom 21. Dezember 1992 für verfassungsgemäß erklärt und die Klagen von Videoprogrammanbietern gegen die Erhebung der Videoabgabe durch die FFA zurückgewiesen.

Im Anschluß an das o. a. Gespräch vom 18. Januar 1996 ist es auf verschiedenen Ebenen, zuletzt auch im Präsidium der FFA, zu Kontaktgesprächen mit dem Bundesverband Video über eine mögliche Leistung der Videoabgabe und auch über mögliche Änderungen im Jugendschutzbereich gekommen, die aber bisher nicht zu konkreten Ergebnissen geführt haben.

3. Stand der Verhandlungen der Filmwirtschaft mit den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

Das (sechste) Film-Fernseh-Abkommen zwischen der Filmwirtschaft und den Rundfunkveranstaltern ARD und ZDF ist nach dreijähriger Laufzeit am 31. Dezember 1995 ausgelaufen.

Seit Anfang 1996 hat eine Arbeitsgruppe, die aus Vertretern der Filmwirtschaft und der FFA sowie der Rundfunkanstalten zusammengesetzt ist, dreimal getagt mit dem festen Ziel, zum Abschluß eines siebten Film-Fernseh-Abkommens für die restliche Laufzeit des FFG zu gelangen.

Mit der Unterzeichnung dieses siebten Film-Fernseh-Abkommens durch die Verhandlungsgruppe Film-Fernsehen ist noch vor Jahresende zu rechnen.

III. Bewertung und weiteres Verfahren

Die Bundesregierung begrüßt den Abschluß des Abkommens zwischen den privaten Fernsehanbietern und der FFA gemäß § 67 FFG über die Leistung eines freiwilligen Beitrages von 30 Mio. DM für die Restlaufzeit des FFG. Die privaten Fernsehveranstalter erkennen damit erneut ihre materielle Verpflichtung zur Förderung des deutschen Films an.

Zwar entsprechen die Leistungen an die FFA für die gesamte Laufzeit des FFG von 1993 bis 1998 nicht in vollem Umfang den Erwartungen des Deutschen Bundestages. Andererseits ist festzustellen, daß die privaten Fernsehveranstalter sich mit dem Abschluß dieses Abkommens und mit den schon vereinbarten Leistungen an Länderfilmförderungen für den Zeitraum bis Ende 1998 mit einem Volumen von mehr als 40 Mio. DM an der Filmförderung des Bundes und der Länder beteiligen.

Die Bundesregierung ist auch zuversichtlich, daß es in Kürze zu dem Abschluß eines siebten Film-Fernseh-Abkommens zwischen der Filmwirtschaft und den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit einer Laufzeit bis Ende 1998 kommt.

Damit haben die beiden Gruppen des öffentlichen und privaten Fernsehens, die im Rahmen des FFG

ihrer materiellen Verpflichtung zur Leistung eines angemessenen Beitrages für die deutsche Filmwirtschaft durch freiwillige Leistungen nach § 67 FFG nachkommen, erneut ihre Bereitschaft hierzu unter Beweis gestellt.

Das BMWi erwartet, daß sich jetzt auch die Videowirtschaft bewegt und die Leistungen, zu denen sie gesetzlich verpflichtet ist, an die FFA erbringt.

Das BMWi wird zu Beginn des Jahres 1997 Gespräche mit allen Beteiligten aus Film- und Videowirtschaft, öffentlichem und privatem Fernsehen und mit weiteren gesellschaftlichen Kreisen sowie mit den Bundesländern zu der Frage aufnehmen, wie die beabsichtigte grundlegende Strukturreform der wirtschaftlichen Filmförderung des Bundes und eine noch bessere Koordinierung mit den Länderfilmförderungen verwirklicht werden soll.

Anlage

Abkommen zwischen den Sendeunternehmen RTL Television, SAT.1, PRO 7, Kabel 1, RTL2, VOX, Super RTL, TM 3, Premiere und DF1 – nachstehend auch private Sendeunternehmen genannt – und der Filmförderungsanstalt – Bundesanstalt des öffentlichen Rechts – (FFA) über gemeinsame Filmförderungsmaßnahmen

(Stand 3. Dezember 1996)

Präambel

Die privaten Sendeunternehmen RTL Television, SAT.1, PRO 7, Kabel 1, RTL2, VOX, Super RTL, TM 3, Premiere und DF1 bekennen sich zu einer Förderung der Produktionswirtschaft in Deutschland, um hiermit leistungsfähige Strukturen für die gesamte Film- und Fernsehwirtschaft mitzuentwickeln. Mit diesem Abkommen sollen für die Zuschauer in Deutschland attraktive Programme ermöglicht werden.

Dieses Abkommen wird im Hinblick auf die Novellierung des FFG im Jahre 1998 bis zum 31. Dezember 1998 geschlossen und erfolgt in der Erwartung einer grundlegenden Strukturreform. Dieses Abkommen stellt keine Präjudizierung im Hinblick auf alle Elemente dieser Strukturreform dar. Die privaten Sendeunternehmen verdeutlichen mit dem Abkommen ihren Willen, neue Vorschläge in die Gestaltung der Filmförderung einzubringen.

Mit diesem Abkommen betonen die privaten Sendeunternehmen neben ihren zahlreichen Aufträgen an die private Filmwirtschaft erneut ihr Interesse an der weltweiten Förderung des Kinofilms, an der Bereicherung der eigenen Programmgestaltung durch publikumsattraktive Kinofilme und an der Stabilisierung der europäischen Filmwirtschaft.

Die privaten Sendeunternehmen bekunden dabei als privatwirtschaftlich handelnde Unternehmen ihr besonderes Interesse an einer frühzeitigen Mitwirkung bei der Förderung von Kinofilmproduktionen, insbesondere publikumsattraktiven Unterhaltungsfilmen, sowie die intensive Förderung erfolgreicher Projekte für die Programmgestaltung von privaten Fernsehunternehmen. Die Vertragspartner erwarten dabei von den Produzenten, daß sie die Rechte an den Produktionen zu angemessenen Bedingungen erwerben können, wobei die Lizenzzahlungen die Förderung berücksichtigen sollen.

Die Vertragsparteien gehen weiter davon aus, daß Abkommen über gemeinsame Filmförderungsmaßnahmen zwischen den Parteien nur dann dauerhaft zu vereinbaren sind, wenn Rundfunkabgaben bzw. sonstige spezielle TV-Abgaben auf deutscher und europäischer Ebene nicht erhoben werden und die Förderung im Bund mit den Förderungen der Länder enger als bisher verknüpft wird.

Im Rahmen des Abkommens werden die privaten Sendeunternehmen in den Organen und den Gremien der FFA nach Maßgabe des FFG und der Beschlüsse des Verwaltungsrats mitwirken sowie sich mit der FFA in einem laufenden Informationsaustausch auf filmpolitischem und filmwirtschaftlichem Gebiet unter Berücksichtigung der Vorgaben der Präambel und nach Maßgabe der gemeinsamen Aufgabenstellung begeben.

§ 1
Förderungszweck

Die Abkommenspartner kommen für die Dauer bis 31. 12. 1998 überein, für die Filmförderung die in § 2 niedergelegten Zahlungen zu leisten, die für die Förderung in folgenden Bereichen des FFG bzw. dieses Abkommens eingesetzt werden:

1. Projektfilmförderung

   Förderung für solche Filmprojekte, die in Zusammenarbeit mit privaten Fernsehveranstaltern realisiert werden und deren Auswertung im Kino beabsichtigt ist. Den Filmproduzenten soll die Kino-, Video- und Pay-TV-Auswertung ebenso ermöglicht werden wie durch beschränkte Rechteübertragung die Refinanzierung der Fördermittel. Die Förderung in diesem Bereich erfolgt durch bedingt rückzahlbare Darlehen, wobei die Förderung bis zu DM 2 Mio. betragen kann. Antragsteller sind die jeweiligen Produzenten, die einen Vertrag mit einem privaten Rundfunkveranstalter nachzuweisen haben.

   Die Mittelvergabe erfolgt durch den Vergabeausschuß gem. § 3.

2. Drehbuchförderung

   Mit Zuschüssen von bis zu DM 50 000 kann die Herstellung von Drehbüchern für Kino- und Fernsehfilme gefördert werden, die geeignet sind, durch ihre Qualität hohe Zuschauerakzeptanz im Kino sowie im Fernsehen zu erreichen und damit zur Wirtschaftlichkeit des deutschen Films beizutragen. Antragsberechtigt sind Drehbuchautoren, soweit sie bindende Absichtserklärungen mit Produzenten oder privaten Rundfunkveranstaltern vorlegen, oder der Produzent selbst. Die Entscheidung trifft der Vergabeausschuß gem. § 3.

3. Pre-Production- und Entwicklungsförderung

   Insbesondere aufwendige Einzelprojekte, aber auch TV-Movies können bei den Entwicklungskosten mit bedingt rückzahlbaren Darlehen von bis zu DM 200 000,– gefördert werden. Antragsberechtigt sind Produzenten, wobei vertragliche Vereinbarungen mit privaten Sendeanstalten noch nicht vorliegen müssen. Die Rückzahlung der Darlehen erfolgt entweder nach Fertigstellung des Films oder nach Abschluß eines Produktionsvertrages mit einem Fernsehveranstalter. Die Förderentscheidung trifft der Vergabeausschuß gem. § 3.

   Zu den im Rahmen der Entwicklungsförderung geförderten Kosten zählen insbesondere

   - der Erwerb von Stoffrechten vorbestehender Werke,
   - die Buchentwicklungsphase ab Treatment,
   - Casting,
   - Location,
   - Recherchekosten.

   Der Produzent muß mindestens 30 % der kalkulierten Kosten als Eigenanteil aufbringen.

4. Marketing

   Unter Bezugnahme auf § 53 Abs. 3 FFG, wonach für Filmvorhaben, für die Projektförderung beantragt wird, bereits zum Zeitpunkt der Entscheidung über die Projektfilmförderung eine Zusage über die Förderung des Absatzes bis zu DM 250 000,– gegeben werden kann, können im Rahmen dieses Abkommens Marketingkosten wie folgt gefördert werden:

   - Während der Produktionsphase können solche Maßnahmen unterstützt werden, die die Herausbringung des Films erleichtern, insbesondere Werbung für den Film in Presseorganen.
   - Förderung des Absatzes, wobei folgende Kosten förderungsfähig sind:
     - Kosten der Herstellung von Kopien und Werbemaßnahmen für den Film.
     - Maßnahmen zur Erweiterung bestehender und Erschließung neuer Absatzmärkte für Filme und mit Filmen bespielte Bildträger.
     - Maßnahmen der Kooperation für den Absatz von Filmen oder von mit Filmen bespielten Bildträgern.
     - Ur- und Erstaufführungsreklame, die sich unmittelbar an den Filmbesucher richtet, sowie filmbezogene Inserate in der Fachpresse und etwaige Filmpremierenveranstaltungen.
     - Produktionspresse.

   Antragsberechtigt im Hinblick auf die Durchführung der vorstehenden Maßnahmen sind Produzenten gemeinsam mit einem Verleihunternehmen.

   Über die Vergabe entscheidet der Vergabeausschuß gem. § 3.

5. Die vorstehend genannten Förderbereiche können durch Richtlinien weiter präzisiert werden, die der Vergabeausschuß in Abstimmung mit der Richtlinien-Kommission der FFA erläßt.

6. Die Förderbeiträge aus diesem Abkommen sollen in Höhe von bis zu 15 % für die Drehbuch- und Entwicklungsförderung gem. Ziff. 2 und 3 verwendet werden. Zusätzlich können bis zu 10 % der Beiträge für Marketingmaßnahmen gem. Ziff. 4 verwendet werden. Nicht verbrauchte Mittel gem. Ziffer 2 bis 4 sind im gleichen Jahr für die Projektförderung gem. Ziff. 1 zu verwenden.

§ 2

Zahlung, Zweckbindung und Zahlungsweise

1. Die privaten Sendeunternehmen als Vertragspartner verpflichten sich gem. § 2 Ziff. 2, während der Laufzeit bis zum 31. 12. 1998 für die Projektförderung nach § 1 einen Betrag von insgesamt DM 30 Mio. zu zahlen.

   Die Beträge werden nach Abzug von 5 % des obigen Betrages für Verwaltungskosten der FFA zweckgebunden für die Projektförderung gem. § 1 Ziff. 1 bis 4 dieses Abkommens zur Verfügung gestellt.

2. Die nachstehenden Sender, die Partner dieses Vertrages sind, leisten die in diesem Vertrag aufgeführten Zahlungen (brutto) unter Beachtung des § 7 dieses Vertrages wie folgt:

Sender		Betrag
– PRO 7	DM	6 840 000,–
– RTL Television	DM	6 400 000,–
– SAT.1	DM	6 400 000,–
– RTL2	DM	2 550 000,–
– Premiere	DM	3 200 000,–
– Kabel 1	DM	2 550 000,–
– VOX	DM	900 000,–
– Super RTL	DM	525 000,–
– TM 3 Fernsehen für Frauen	DM	525 000,–
– DF1	DM	110 000,–
	DM	30 000 000,–

   Die vorstehend genannten Sender sind berechtigt, auf die vorstehend festgelegten Zahlungsverpflichtungen diejenigen Beträge in Höhe von 50 % auf ihre Zahlungsverpflichtungen anzurechnen, die sie in folgenden Länderförderungen als Beitrag zu den jeweiligen Länderförderungen leisten:

   - FilmFernsehFonds Bayern
   - Filmstiftung NRW
   - Filmboard Berlin-Brandenburg
   - Filmförderung Hamburg

   Anrechenbar sind diejenigen Beträge, die in den Jahren 1996, 1997 und 1998 in Länderförderungen fließen, und zwar nur insoweit, als zum jeweiligen Fälligkeitszeitpunkt der Zahlungen gem. Ziff. 3 das Sendeunternehmen der FFA die bereits verbindlich für den jeweiligen Zeitraum festgelegten Länderförderungen nachweist.

Bereits an die FFA gezahlte Beträge können nach dem jeweiligen Zahlungsstichtag gem. Ziff. 3 nicht mehr zurückgefordert werden. Die nachträgliche Anrechnung von Leistungen an Länderförderungen auf diese Beträge ist nicht zulässig.

3. Die in Abs. 1 aufgeführten Zahlungen sind in vier gleichen halbjährlichen Raten zum 01. 01. 1997, 01. 07. 1997, 01. 01. 1998 und 01. 07. 1998 fällig. Die FFA teilt den am Abkommen beteiligten Sendern jeweils mit, daß alle Partner des Vertrages die Zahlung ordnungsgemäß geleistet haben.

4. Die vorstehenden Beträge stehen unter dem Vorbehalt, daß die Vertragspartner nicht zu weiteren vergleichbaren Abgaben oder Leistungen (einschl. freiwilliger Leistungen) auf Europa- oder Bundesebene herangezogen werden.

Protokollerklärung:

Bei wesentlichen Veränderungen der Rahmenbedingungen für die Werbeeinnahmen der privaten Veranstalter werden beide Seiten über das Abkommen neu verhandeln.

§ 3

Vergabeausschuß

1. Die Mittel für die Projektfilmförderung nach § 2 Ziff. 1 sowie die Mittel für Maßnahmen nach § 2 Ziff. 2 bis 4 werden von einem Vergabeausschuß vergeben. Dieser Vergabeausschuß besteht aus drei besonders sachkundigen Personen. Eine Person wird durch die Sendeunternehmen, die Partner dieses Abkommens sind, gewählt. Die zweite Person wird von der Vergabekommission der FFA gem. § 8 FFG gewählt. Die dritte Person, die zugleich Vorsitzende dieses Vergabeausschusses ist, wird von den beiden vorstehend gewählten Vertretern benannt und einstimmig berufen.

   Der Vergabeausschuß entscheidet mit Mehrheit. Die Mitglieder des Vergabeausschusses können, müssen aber nicht Mitglieder von Organen der FFA sein. Der Vorstand der FFA kann an den Sitzungen ohne Stimmrecht teilnehmen.

2. Gegen Entscheidungen des Vergabeausschusses ist die Beschwerde zulässig. Hierüber entscheidet die Vergabekommission gem. § 8 FFG. Im übrigen gilt für das weitere Verfahren das FFG.

3. Der Vergabeausschuß hat die Schlüssigkeit der Antragsunterlagen, d. h. Kalkulation, Finanzierungsplan, Co-Produktionsvertrag, Marketingplan, Drehbuch usw., zu überprüfen und entscheidet nach eigenem Ermessen. Das Nähere regeln Richtlinien, die der Vergabeausschuß in Abstimmung mit der Richtlinienkommission erläßt.

§ 4

Rahmendaten für Auswertungsverträge/Rückflüsse

1. Die Frist für die Kinoauswertung der nach diesem Abkommen geförderten Filme beträgt nach § 30 Abs. 3 FFG grundsätzlich zwei Jahre.

   Die Frist kann, sofern filmwirtschaftliche Interessen nicht entgegenstehen, durch das Präsidium der Filmförderungsanstalt auf Antrag des Herstellers bis auf sechs Monate verkürzt werden, beginnend mit der Abnahme durch den privaten Fernsehveranstalter. Dies gilt auch für Pay-TV-Ausstrahlungen. Das Präsidium soll bei seiner Entscheidung vertragliche Absprachen der Beteiligten (Produzent, Verleih, Videoverwertung und Sender) berücksichtigen.

2. Soweit vertraglich nicht anders vereinbart, steht der Verwertungserlös nach Abdeckung der dem Hersteller entstandenen Produktionskosten bei Projektförderungen dem beteiligten Hersteller sowie dem beteiligten Sendeunternehmen im Verhältnis ihrer Beteiligung an den Produktionskosten zu, wobei das Sendeunternehmen berechtigt ist, seinen Erlösanteil in Höhe von 50 % auf seinen Beitrag gem. § 2 Ziff. 2 in Anrechnung zu bringen sowie in Höhe von 50 % als zusätzlichen Förderbeitrag zu leisten.

§ 5

Laufzeit

Dieses Abkommen gilt ab Vertragsunterzeichnung für die Dauer bis 31. 12. 1998.

§ 6

Sonstige Zusammenarbeit

1. Zur Beratung der Kooperationsbereiche gemäß der Präambel wird eine Verhandlungsgruppe Film/Privates Fernsehen errichtet. Ihr gehören für die FFA je ein Vertreter des Hauptverbandes Deutscher Filmtheater e. V., des Verbandes der Filmverleiher e. V., des Verbandes Deutscher Spielfilmproduzenten e. V. und der Arbeitsgemeinschaft Neuer Deutscher Spielfilmproduzenten e. V. sowie der Vorstand der FFA an. Für die privaten Sendeunternehmen werden gleichfalls sechs Mitglieder nominiert.

2. Die Vertragsparteien sind bestrebt, gemeinsam coproduzierte Filme durch die privaten Fernsehveranstalter zusammen mit der Filmwirtschaft zu bewerben. Die öffentliche Repräsentation von Kinofilmen kann durch repräsentative Veranstaltungen, wie die öffentliche Verleihung der „Goldenen Leinwand" u. ä., verstärkt werden.

3. Die Vertragsparteien streben weiterhin an, gemeinsam liberale Grundsätze auf dem Gebiet der Massenkommunikation durchzusetzen, z. B. durch gemeinsames Auftreten bei der Europäischen Union, dem Europarat, GATT, OECD, WIPO usw.

§ 7

Wirksamkeit/Gesamtschuld

1. Die Wirksamkeit dieses Abkommens setzt voraus, daß alle privaten Sendeunternehmen, die im Rubrum dieses Vertrages aufgeführt sind, den Ver-

trag unterzeichnen und sich damit zur Leistung des in § 2 Ziff. 2 genannten Betrages verpflichten. Die FFA ihrerseits sichert zu, daß sie dafür Sorge tragen wird, daß die Beiträge der einzelnen privaten Sendeunternehmen auch tatsächlich an die FFA fließen.

2. Soweit einzelne private Sendeunternehmen aufgrund Einstellung des Sendebetriebs, Konkurs oder Vergleich ihren gem. § 2 Ziff. 2 zu leistenden Beitrag nicht mehr entrichten, führt dies zu einer Reduzierung des in § 2 Ziff. 1 genannten Betrages. Eine gesamtschuldnerische Haftung der einzelnen privaten Sendeunternehmen für den Gesamtbetrag gem. § 2 Ziff. 1 besteht nicht. Die Zahlungsverpflichtungen bestehen ausschließlich zwischen dem jeweiligen privaten Sendeunternehmen und der FFA. Im Falle der Nichtbeitreibbarkeit der Beiträge unterrichtet die FFA die übrigen privaten Sendeunternehmen.

§ 8

Schlußbestimmungen

1. Sollte eine Bestimmung dieses Vertrages unwirksam sein oder werden, so ist die unwirksame Bestimmung durch eine wirksame zu ersetzen, die dem wirtschaftlichen Sinn und Zweck der ursprünglichen Klausel am ehesten entspricht.

2. Änderungen, die Aufhebung oder Kündigung dieses Vertrages bedürfen der Schriftform. Mündliche Nebenabreden sind nicht getroffen und bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Bestätigung in schriftlicher Form.

Bonn, den . . .

Filmförderungsanstalt
– Bundesanstalt des öffentlichen Rechts –

Der Vorsitzende des Verwaltungsrates

(Herbert Strate)

Der Vorstand

(Dr. Guhlke)

(Rolf Bähr)

Sender

RTL Television

SAT.1

PRO 7

Kabel 1

RTL2

VOX

Super RTL

TM 3

Premiere

DF1

Der Bundesminister für Wirtschaft

Dr. Günter Rexrodt

Druck: Bonner Universitäts-Buchdruckerei, 53113 Bonn
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 13 20, 53003 Bonn, Telefon: 02 28/3 82 08 40, Telefax: 02 28/3 82 08 44
ISSN 0722-8333